

Информационная война в российско-грузинском конфликте

Махмуд Реза Мортазави*

Аннотация: Конфликт между Россией и Грузией в августе 2008 г. в районе Осетии с точки зрения теории информации и психологических войн отражает две точки зрения на его информационную составляющую. Первая точка зрения базируется на целевом, направленном внушении с целью управления общественным мнением. Этот подход основан на успехах исследовательских центров и опыте западных специалистов в области психологических операций в течение нескольких последних десятилетий. Данная методика была использована для оказания помощи Грузии против России. Исходные моменты второго подхода заключаются в таком понимании, что вся система связи и массовой информации является полностью государственной структурой, ориентирована в одном направлении, не получает саморазвития и управляется односторонне. При этом такая система не способна создавать гибкие течения и не реагирует на возникающие требования. Такой подход сформировался под воздействием культуры СМИ, доставшейся в наследство от коммунистической системы, что не позволяет России

* Доктор Махмуд Реза Мортазави Член Ученого совета Азадского Исламского университета, отделение Мейбод

Информационная война в российско-грузинском конфликте

действовать в соответствии с потребностями новой информационной эпохи в сфере производства, обработки и доставки информации, а также анализа ее воздействия в ходе информационных войн.

Ключевые термины: СМИ, информационная война, психологическая обработка, Россия, Грузия.

Предисловие

Средствам массовой информации могут придавать первостепенное значение в качестве инструмента и канала передачи информации в образовательных, пропагандистских, развлекательных целях и для передачи новостей. Также СМИ используются в области политической и культурной агитации и пропаганды в целях установления мира или разжигания войны путем обработки общественного мнения. Исследования в этой области ведутся на Западе, в частности, в США, на протяжении многих лет. Эта сфера изучается на научной основе в плане исследования результатов политической пропаганды и обработки общественного мнения в связи с задачами, обозначаемыми политическим руководством, в форме стратегической психологической обработки. Сотрудничество университетских и военных исследовательских лабораторий в этой сфере ведется со времен Второй мировой войны и занимает особое место. В то же время закрытость сферы связи и средств массовой информации в России в период коммунизма обусловила низкую оценку методов прикладных и

Аму-даря

лабораторных исследований результатов воздействия СМИ, в результате чего в этом отношении Россия находится в более слабом положении, чем Запад. Такое положение наложило определенный отпечаток в современной истории России, в частности, на информационную войну между Россией с Грузией в августе 2008 года и на управление деятельностью СМИ. Настоящая статья написана на основе тезиса о том, что «СМИ в наше время являются важным фактором воздействия на дипломатию и политическое общественное мнение». Исходя из этого тезиса, автор предпринял попытку ответить на следующие вопросы:

- Что такое информационная война и психологическая обработка? В чем заключаются исторические причины слабости России в информационной войне с Грузией?
- Какие аспекты результативности действий сторон в информационной войне в ходе российско-грузинского конфликта заслуживают отдельного рассмотрения?

СМИ и война.

Термин СМИ¹ определяется как самые различные инструменты и каналы, которые используются в организованном виде для передачи и распространения информации определенным группам населения, например, газеты, журналы, радио и телевидение и Интернет. Тот вид

¹ Media

Информационная война в российско-грузинском конфликте

деятельности, который включает сбор, обработку и распространение информации, называется журналистикой, охватывающий также подготовку новостей, репортажей, комментариев, анализа и выражение мнений (Мохсени, 2001 г., стр. 30 и 46).

СМИ создаются в образовательных, развлекательных, новостных, пропагандистских целях, либо носят многопрофильный характер. Пропагандистская направленность СМИ в области политики может использоваться как оружие при конфликтах или во время войн, равно как и средство для решения конфликтов, а также для установления и укрепления мира. СМИ могут быть использованы в целях провокации, возбуждения, подготовки и обработки общественного мнения для начала, продолжения или окончания войны, и таким образом представляют собой своего рода командование в ведении одного из самых главных и эффективных видов войн, то есть психологической войны. В этой связи политические руководители для того, чтобы сохранить общественный консенсус по отношению к какому-то конфликту, вынуждены управлять информационным обеспечением такого конфликта (Моулана, 2003 г., стр. 36).

При рассмотрении теории СМИ и войн следует учитывать, каким образом информация через посредство СМИ воздействует на общественное мнение и на формы управления войнами. В современных условиях, при широком распространении СМИ и при больших возможностях для

Аму-даря

доступа к информации практически исчезла граница, разделяющая сферы политической и военной деятельности. При этом возрастает значение элементов военной информации и связи. Значительная часть связующих звеньев коммуникации между двумя сферами – военной и дипломатической – представлена средствами массовой информации. Если в основу положить тезис о том, что «война есть продолжение политики¹», то мы получим тот результат, что сегодня политика находится под огромным влиянием средств массовой информации и реакции общественного мнения. Когда информация выходит за рамки поля боя и становится достоянием внешнего мира в международных масштабах, благодаря мировым СМИ усиливается связь между политикой и военной сферой. Эта зависимость очень ярко проявилась во время конфликта между Россией и Грузией. Когда самые малые шаги в военной области и в сфере дипломатии попадают в поле зрения мировых СМИ, то в этом случае уже необходимо учитывать последствия этих шагов с точки зрения их оценки в СМИ. Цель военной информационно-аналитической работы заключается в изучении и анализе методов управления и применения техники

¹ В соответствии с теорией Клаузевица, войну нужно рассматривать как явление, в рамках которого в политической сфере возникает конфликт, и складывающаяся политическая атмосфера определяет развитие военных действий. В то же время, последствия военных действий оказывают воздействие на политическую сферу. При этом сегодня сфера политики находится под воздействием различных видов воздействия средств массовой информации, и особенно политической пропаганды.

Информационная война в российско-грузинском конфликте

информационной работы в русле достижения военной и информационной победы сторонами конфликта.

Психологическая обработка в мире информации

Психологическая обработка включает в себя манипулирование¹ воззрениями путем использования одного или нескольких средств коммуникации. Говоря более полно, психологическая обработка включает планирование и осуществление мероприятий в области политики, в военной и идеологической сферах с целью формирования определенных чувств, психического состояния и требуемого поведения среди групп друзей, врагов, нейтральных групп людей и противников для достижения политических и других целей. Такие мероприятия проводятся в русле работы СМИ и в порядке формирования и распространения обращений к аудитории (Шарифи, 2003 г., стр.73).

В сегодняшнем мире операции по психологической обработке не ограничиваются только военными организациями (такими, как министерство обороны), и охватывают деятельность политических, социально-культурных органов и сферу искусства. По мере развития технологий в области коммуникаций и СМИ район действий по психологической обработке и информационные войны уже не ограничиваются только национальными рамками в пределах отдельной страны.

¹ Manipulating

Аму-даря

В качестве синонимов «Информационной войны» используются такие понятия как психологические операции, пропагандистская война, кибернетическая война¹, «мягкая» война. При этом данные методы не решают конфликты, но используются в ходе политического кризиса в качестве средства дальнейшего развала противоположной стороны конфликта (Spritzer,1993,p31).

Сравнение роли информационных войн на Западе и в России, в США и Западной Европе.

Психологическая обработка и информационная война базируется на прикладной психологии, науки о поведении человека, науки о средствах массовой информации, массовых коммуникациях и политологии. Некоторые области этих научных знаний с начала 40-х годов двадцатого века в результате проведения соответствующих прикладных исследований в лабораториях и научных центрах Англии, Германии и США, и нашли практическое применение в области продвижения товаров на рынки, в пропаганде, в управлении СМИ и т.п. (Taylor,1995, p46).

Исследования в области этих знаний проводятся путем постановки нижеследующих вопросов:

¹ Cyber War

Информационная война в российско-грузинском конфликте

- В чем заключаются факторы воздействия на психику и поведение людей, и каким образом они приводят к изменению психики и поведения?

- Как влияет частичное изменение психического состояния отдельного человека или социальной группы на состояние человека в целом и на другие социальные группы?

- Каким образом можно заранее определить развитие изменений в обществе и сделать эти изменения контролируруемыми и управляемыми?

- В каком диапазоне осуществляется связь между объектом воздействия и СМИ, и каким образом нужно действовать для убеждения и внушения объекта?

- В чем заключаются факторы сопротивления восприятию послания, и каким образом можно подавить это сопротивление?

Ответы на эти вопросы впервые были предложены Карлом Хоулэндом¹ и его коллегами, которые провели систематические исследования в области внушения² на основе применения соответствующих научных методик.

¹ Исследователь в области психологии и коммуникаций в Йельском университете, который провел различные исследования по заказу армии США и военных компаний в области психологических операций в 1940-1950 гг. Он предложил модель внушения в шесть этапов: преподнесение послания с целью внушения, понимание послания, восприятие послания, запоминание послания и изменение психического состояния.

² Persuasion

Аму-даря

Теоретические и прикладные исследования на основе теории позитивизма¹ (научное познание опыта) велись в Йельском, Охайо, Колумбийском и Чикагском университетах США, которые привели к распространению и развитию научного подхода к важности роли СМИ и психологических операций в западных странах. К началу холодной войны в конце 40-х годов двадцатого века и позднее была запущена пропагандистская машина западного мира против коммунистических стран. Сначала этими атаками были охвачены бывший Советский Союз и страны Восточной Европы, а затем коммунистические страны Азии и Америки. ЦРУ в целях осуществления своих целей в психологической войне против международного коммунизма открыла две радиостанции в Мюнхене в Западной Германии – радиостанцию «Свободная Европа» и радиостанцию «Свобода». Передачи этих радиостанций были слышны на территории СССР и стран Восточной Европы. Радиостанция «Голос Америки» была создана под эгидой Госдепартамента США, и координировала свою работу с мюнхенскими радиостанциями ЦРУ (Эмам-Заде Фард, 2005 г., стр.9).

В июне 1942 г. указом президента США были созданы Департамент военной информации и Департамент стратегических услуг (Варед, 2005 г., стр. 33). В 1947 году в

¹ Маршалл Мак-Лохан, предложивший теорию мировой деревни (1960 г.), Альвин Тоффлер (теоретик информационного века, 1960 г.), Уилбер Шрам (теория рынка потребления информации, 1950 г.), Карл Хоуланд (теория внушения, 1940 г.).

Информационная война в российско-грузинском конфликте

соответствии с законом о национальной безопасности США ЦРУ было поручено осуществлять координацию работы информационных подразделений различных министерств (Эмам-Заде Фард, 2005 г., стр.9).

В течение пятидесятих годов двадцатого века Совет национальной безопасности США создал комитет координации психологических операций, а также еще один комитет под названием Комитет психологической стратегии был создан главным армейским командованием США. Третий координационный комитет был создан по распоряжению президента США в сентябре 1953 года и действовал до 1961 года. В семидесятые годы двадцатого века ЦРУ также создавало необходимые условия для организации телевизионного вещания частными телекомпаниями из Западного Берлина или из Гон-Конга на территорию коммунистических стран Восточной Европы и коммунистического Китая. Эти телеканалы в рамках развлекательных телепрограмм выполняли также предусмотренные психологические операции. В 1970-1980 годах по мере увеличения числа телевизионных и радиоканалов и роста разнообразия передач, а также с возникновением всемирных сетей распределения культурной продукции наблюдалось усиление новостного и пропагандистского столкновения Востока и Запада. Так, например, «Голос Америки» увеличил число часов своего вещания на различных языках, а телевизионная и радиостанция «Европа» стала выпускать свои передачи в эфир в течение 24 часов в сутки с

Аму-даря

целью противостояния коммунистической идеологии в качестве главной своей задачи (Parker,2033,p4).

Политика США и в целом Запада в области передачи новостей продолжалась и после окончания холодной войны. С распадом СССР и возникновением новых независимых государств в Центральной Азии, на Кавказе и в Прибалтике задачи западных СМИ заключались в следующем: усиление влияния либерализма, формирование рыночной экономики, осуществление политических реформ и создание правительств, тяготеющих к новому мировому устройству, провозглашенному США для этих регионов.

По этой причине годовой бюджет «Голоса Америки», радио «Свободная Европа» и радио «Свободный Афганистан» превысил 450 миллионов долларов, а программы этих станций транслировались на 61 языке по всему миру. Делая выводы, можно сказать, что направления деятельности западных СМИ до и после холодной войны заключались в следующем¹:

1. Передача новостей, которые всегда выглядели достоверными, точными, заслуживающими доверия, целенаправленными и полными;
2. Взвешенное и полное отражение общественного мнения в США и на Западе, донесение многообразия культурной и социально-политической жизни;

¹ Произошедшие политические изменения на Украине, в Литве и других странах под названием так называемых бархатных революций, розовых революций и т.п., находились и продолжают находится под воздействием информационной войны со стороны Запада в области политики и в культурно-социальной сфере.

Информационная война в российско-грузинском конфликте

3. Планирование в направлении поддержки частной прессы и других частных СМИ, поддержка движения свободы распространения информации в новых независимых странах Средней Азии и Прибалтики;
4. Распространение множества разных, подчас противоположных мнений и точек зрения, отличающихся от официальной позиции правящих режимов в коммунистических странах за «железным занавесом», где господствовала цензура и недостаток информированности;
5. Создание течения, направленного на господство нового мирового устройства на основе либерализма и западного капитализма в странах Восточного блока, на ослабление и расформирование Варшавского договора и на создание психологической подготовки к продвижению НАТО на Восток.
6. Предоставление разрешения на деятельность независимых СМИ, занимающих критическую позицию, в Западных странах, и широкое нейтрализующее противодействие их деятельности без применения насилия путем использования СМИ, зависимых от правящего строя и от техники психологической войны (Варед, 2005 г., стр. 4, 21).

Советский Союз и Восточный блок

В 1917 году, после того, как большевики пришли к власти, обработка массового сознания стала их главным

Аму-даря

инструментом в формировании общественного мнения, контроле СМИ и их обработке в коммунистическом духе. Для этого использовались такие средства пропаганды, как демонстрации, лозунги, плакаты, которые призывали к мужеству, самопожертвованию, единству и полной вере в идеологию коммунизма. В ходе этого движения принимались меры по безжалостному уничтожению любых СМИ или источников информации, противоречащих господствующей идеологии. При этом использовалась прямая цензура, ссылки и казни литераторов и журналистов во всех регионах страны. При этом после 1917 года большевики национализировали все издательства, установили контроль над такими главными газетами, как «Правда», «Известия». Была запрещена публикация частных объявлений. Петроградский телеграф был национализирован. После образования Управления телеграфа в 1918 году и введения цензуры в прессе производство новостей было взято под контроль. Производство кинофильмов и других носителей информации, в том числе радио и телевизионных программ в последующие десятилетия было монополизировано, а их содержание контролировалось¹ (Картз, 2005 г., стр. 209, 210, 211). Отношение политического руководства к СМИ укладывалось

¹ Летом 1925 года в ЦК Компартии была создана комиссия по радиовещанию. Эта комиссия была обязана регулировать радиопропаганду и регулировать передачу художественных и идеологических программ. Партия определяла стратегию развития телевидения в Советском Союзе и структуру новых телевизионных центров (Моргазави, 1999 г., стр. 86 и 138).

Информационная война в российско-грузинском конфликте

в рамки идеологии, и соответствовало нижеследующим вопросам:

- В какой мере контроль и надзор за СМИ должен соответствовать требованиям коммунистического государства в области цензуры?
- Каким образом следует разнообразить содержание СМИ?
- Каковы должны быть методы выявления неблагонадежных литераторов и журналистов?
- Какие идеальные лозунги и какая терминология должна использоваться для возбуждения в народных массах соответствующих чувств и настроений?
- Как сделать возможным увеличение тиражей и расширение международного вещания для распространения коммунистической идеологии во всем мире?

Таким образом, в течение всей истории российских СМИ со времени революции 1917 года и до перестройки и гласности объект информационного воздействия или потребитель информации никогда не был субъектом, который выбирал, и его никогда не рассматривали в качестве избирающего субъекта. Этот субъект всегда считался потребителем информации, который не имел права задавать вопросы или критиковать существо информации, и был вынужден принимать однообразие и одностороннюю направленность информационного потока в качестве лучшей модели потребления информации. В этой связи не считалось нужным проводить исследования аудитории, к которой была

Аму-даря

обращена информация, исследования техники внушения, также исследования рынка потребления информации и т.п. При этом существование «железного занавеса» (жесткий контроль выезда за границу, блокирование (глушение) западных радиостанций, ограниченные культурные связи с капиталистическими странами и т.д.) предопределяло отсутствие стимулов для научного обоснования и проведения лабораторных исследований аудитории, ее реакции и воздействия информации. Но в то же время велись различные исследования в области техники связи, передачи радиоволн и т.п.¹

Например, в 1949 году была осуществлена техническая реконструкция советского телевизионного центра, и началась трансляция телевизионной картинки по новому советскому телевизионному стандарту в 625 строк. Можно сказать, что именно с этого времени началось настоящее телевидение. В 1960 году количество действующих телевизионных станций достигло 48, в 1966 году – 121 и в 1975 году – 131 станции. В 1982 году число цветных телевизоров советского производства достигло 77 миллионов штук (Мортазави, 2008 год, стр.138).

Однако эти успехи носили чисто технический характер. Господство коммунистической идеологии препятствовало

¹ В декабре 1918 года был образован исследовательский радиотехнический институт. С 1934 года началось регулярное телевидение. (Мортазави, 2002 г., стр. 82, 136).

Информационная война в российско-грузинском конфликте

развитию исследований в области психологии и социологии в других отраслях информации, в том числе исследований объекта информационного воздействия, исследований степени воздействия информации, реакции объекта (реакции аудитории), анализа информационного потока на выходе и входе. Поэтому никогда не осуществлялись необходимые исследования исходящего потока информации и процесса производства текущего потока информации, а также взаимовлияния объекта потребления информации и СМИ. Не была обеспечена и необходимая гибкость в управлении и стратегии деятельности СМИ. В результате, несмотря на техническое развитие средств связи в СССР, практически не было никаких возможностей противостоять распространению информации через западные СМИ. Их воздействие стало одним из основных факторов распада коммунистической системы и ее географического распада. Период перестройки начался в 1985 году после прихода к власти Горбачева, и одновременно с внедрением новых политических реалий возникла новая информационная атмосфера с критикой существующего положения вещей в обстановке гласности. В этот период общество с удовольствием восприняло появление частных СМИ, что отвечало потребностям большинства населения. В прессе стали публиковаться призывы к уходу СССР из Афганистана, а также об аннулировании статьи 6 Конституции (в соответствии с которой компартия объявлялась единственной разрешенной в СССР

Аму-даря

политической партией). Появились неправительственные радио и телевизионные станции, которые стали проводниками культуры и политики США¹.

Окончание холодной войны и идентификация психологических операций

Свержение коммунистических режимов в странах Восточной Европы и в Советском Союзе, географический и политический распад этих государств привел к разгоранию многих ранее тлевших межэтнических и национальных конфликтов. Ярким и ужасающим примером тому стала устроенная правительством Сербии массовая резня в Боснии, гражданская война в Чечне, в Абхазии и в Южной Осетии в Грузии.

По мнению Федерико Бони², сегодня мир столкнулся с новыми видами войн.

¹ В советское время в Москве было только три радиостанции, однако с началом новых веяний в разных городах страны появилось большое количество радиостанций.

² Federico Bony